

场景留客,研学升级,赛事联动……

假期爆红的无锡,如何接住这“泼天富贵”?

春假与清明连休,无锡文旅交出了一份令人瞩目的答卷——全市纳入监测的127个旅游吸引物6天接待游客近700万人次,同比增长22.48%;23家收费A级旅游景区入园超150万人次,较去年同期增长53%;景区内二次消费同比增长48.7%,游客停留时长和消费深度明显提升。更值得关注的是,外地游客占比达58.26%,较去年同期增加5.23个百分点,城市吸引力显著增强。

假期的人潮和口碑,让这座江南名城再次站在全网“聚光灯”下。当樱花季步入尾声,无锡能否延续这一波流量,让“假期爆红”变成“长尾长红”?



(还月亮 摄)

场景留客

从“假期限定”到“日常菜单”

鼋头渚樱花火爆全网,拈花湾“AI烟花秀”成夜游新地标;惠山古镇、荡口古镇非遗市集丰富多元……这些假期中的“爆款场景”,能否成为游客的“日常菜单”?

鼋头渚景区相关负责人介绍,清明假期后的两天内,景区游园人数超过3.4万,比去年同期的3万增幅明显。该负责人认为,景区

要形成长尾效应,关键是做好自身的核心产品,如鼋头渚今年栽种了30多个晚樱品种,将花期延长至4月中下旬。

此外,品牌和情绪价值也是发挥长尾效应的重要因素。清明假期,有北京游客在游玩鼋头渚后发视频称景区地面上除了花瓣,一点垃圾都看不见,给他留下

了深刻印象。

演出、活动则是在此基础上的“加分项”。春假和清明期间,无锡拈花湾的《拈花许愿》沉浸式演艺火爆出圈,记者了解到,NPC“王维”并非假期限定,后续将常态化演出。景区相关负责人透露,“苏超”开始后,“王维”还将与“苏超”联动,共同为无锡队加油。

研学长红

从“旅游附属品”到“教育刚需”

如果说赏花观景存在明显的季节性波动,那么研学经济,就是无锡文旅在此次春假中培育出的最具潜力的“抗周期”增长极。数据显示,春假期间全市图书馆、文化馆等文化场馆开展研学活动90余场,超5.8万人次参与;“非遗+研学”系列活动86场,吸引6.2万名学生体验;115家艺术培训机构联动推出千场免费公益课程,服务中小學生万余人次。

惠山古镇内,非遗体验已全面融入景区日常运营,古镇更推出了不同主题和时长、覆盖全年龄段的研学产品,随时为访客提供沉浸式的文化体验。据

悉,惠山古镇不仅通过景区常设项目、升级后的中国泥人博物馆和“锡作苑”手工体验区提供随时可体验的非遗活动,还根据不同需求设计了半日营、一日营、节庆限定等多层次研学产品。

拈花湾相关负责人认为,研学旅行已从“旅游附属品”跃升为“教育刚需”。据介绍,此次春假,拈花湾景区总计接待研学团2800人。春假研学团普遍为半天到全天行程,部分亲子家庭提前一晚入住拈花湾,形成“住宿+日间研学”的完整消费链条,更促成了“小手拉大手”的家庭消费效应。该负责人表

示,针对研学游,拈花湾将持续探索AI、AR/VR等技术与传统文化的创新融合,根据不同年龄段学生的认知特点和核心素养培养目标,构建“金字塔型”研学产品体系。

据了解,多家研学机构已推出周末“微研学”产品,针对本地家庭设计半天或一天的短时课程,将春假期间被验证的受欢迎项目转化为常态化产品。长三角研学旅游联盟的成立,也为假期后的客源导入打开了想象空间。联盟提出区域客源互送、课程共建、导师共享等合作机制,这意味着无锡的研学产品将面向长三角更广阔的市场。

“让年轻人先走进剧场,再爱上戏曲” 锡剧《珍珠塔》唱响苏大

本报讯 日前,苏州大学天赐庄校区存菊堂内掌声雷动。受江苏省政协“戏曲走近大学生”活动之邀,无锡市锡剧院携经典锡剧《珍珠塔》走进苏州大学,名家新秀的精彩演绎赢得满堂喝彩。这是继2021年演出《泰伯》之后,锡剧院再次来到苏大。

作为锡剧经典之作,《珍珠塔》流传近七十载,艺术价值历久弥新。演出现场,王子瑜、李梦恒、屈晔哲、黄静、朱奕文、刘志浩等名家新秀联袂主演,“前见姑”“赠塔”“后见姑”等经典折子一一呈现。

“翠娥把珍珠塔送给方卿时,那个欲说还休的眼神,比很多影视剧里的表白都要动人。”一位同学对“赠塔”情节印象深刻。现场不少来自无锡的同学十分激动:“在苏州上学还能听到家乡戏,太亲切了!”演出结束后,同学们意犹未尽,纷纷与演员合影留念。

苏州大学文学院教授、戏剧研究专家朱栋霖对此次演出给予高度评价。他表示,《珍珠塔》是无锡的一张文化名片,“‘赠塔’一折更是

经典中的经典,梅派唱腔和彬彬腔各具韵味,雅俗共赏。”同时,他也直言:“按照老剧本,方卿存在心胸狭窄的问题,现代观众难以接受。好在锡剧一代代不断改编,让剧目与时俱进,为今天的人们所喜爱。”

作为“戏曲走近大学生”活动的长期推动者,朱栋霖介绍,该活动自2007年启动,至今已持续近二十年。“让年轻人先走进剧场,再爱上戏曲。”他认为,锡剧进校园的最大意义在于培育新观众。

无锡市锡剧院近年来持续推进“锡剧进高校”活动。2025年11月,锡剧院将经典锡剧《珍珠塔》带到北京大学百周年纪念讲堂,截至目前,已先后走进清华大学、北京大学、浙江大学等国内知名学府,培养了大批青年观众群体。今年,锡剧院还计划将锡剧演出带到中小学课堂。从剧场到校园,无锡市锡剧院正以开放创新的姿态,让“太湖一枝梅”在青年一代中焕发新的生机。

(朱雪翎/文 主办方供图)



赛事联动

从“单点引流”到“全域共振”

与“苏超”联动也是各景区在假期后拉动客流的重要手段。今年无锡队主场比赛日所在周次的周五、周六、周日,全市国有等级景区每日将投放15000张免费门票(其中5A级景区5000张)给客队城市市民,线上线下开启抢票活动。此外,市文广旅游局还将打造“周末体育旅游”“跟着苏超游无

锡”等系列旅游产品,拉动住宿及长尾消费。

旅游行业人士表示,无锡此次“春假+清明”的优异表现,首先得益于春假与清明连休形成了6天“天然窗口”,有效拉长了消费周期;其次,从观光到沉浸的场景升级提升了复游率;此外,“研学+非遗”“赏花+夜游”“科技+文旅”等多业态融合构建了丰富的产品矩阵。

这三个因素共同构建了一个“引力场”,让游客在假期后仍有持续关注和体验的兴趣。

值得一提的是,无锡入选清明假期热门赏花游TOP10,说明“慢游”无锡已成为市场认可的产品形态。假期过后,这一产品形态能否延续、如何迭代,考验着市场主体的运营能力。(记者 施剑平)